



40% dintre români asociază Lidl cu cele mai mici prețuri la alimente, arată un studiu NielsenIQ

Într-un context economic marcat de inflație și de atenția tot mai mare pe care românii o acordă valorii coșului de cumpărături, un studiu realizat de NielsenIQ arată că Lidl este retailerul cel mai frecvent asociat de consumatorii români cu cele mai mici prețuri la alimente*. Rezultatul confirmă percepția construită în timp prin investiții constante în menținerea unor prețuri accesibile și prin măsuri dedicate protejării puterii de cumpărare a clienților.

Conform studiului NielsenIQ, realizat în perioada 8 ianuarie – 10 februarie 2026, într-un context de cumpărare puternic marcat de vigilența prețurilor, Lidl a fost desemnat retailerul cu cele mai mici prețuri la alimente de către 40% dintre români**. Aceasta este cea mai puternică asociere în rândul retailerilor din categoria supermarketuri și hipermarketuri, Lidl ocupând astfel primul loc, față de retailerii clasati pe locul al doilea (22%) și al treilea (11%).

„Pentru noi, acest rezultat este o confirmare a ceea ce construim de 15 ani alături de români: o relație bazată pe consecvență, construită an de an. Într-un context economic în care fiecare alegere de cumpărare contează, ne concentrăm pe ceea ce putem face concret pentru a proteja puterea de cumpărare a clienților noștri: menținerea unor prețuri avantajoase la produsele de zi cu zi și soluții care ne permit să oferim în continuare un raport calitate-preț competitiv. Accesibilitatea este pentru noi o preocupare permanentă, de la primul magazin deschis în România până astăzi, și va continua să ghideze fiecare decizie pe care o luăm.” a declarat **Sabin Fane, Chief Customer Officer, membru în Consiliul de Conducere Lidl România.**

Potrivit analizelor interne ale retailerului făcute în luna iulie, peste 360 de produse din sortimentul permanent aveau prețurile blocate la nivelul anului 2025; dintre acestea 1.400 de produse - aproximativ jumătate - costă sub 10 lei, peste 900 de produse au prețuri sub 7 lei, iar peste 550 de produse sunt disponibile la prețuri sub 5 lei.

Aceste rezultate confirmă angajamentul Lidl de a oferi clienților acces la produse de calitate la prețuri accesibile, printr-un model de business al cărui nucleu este efortul continuu de a menține prețurile mici. Strategia comercială este astfel concepută pentru a proteja puterea de cumpărare în fața inflației, oferind un sortiment permanent adaptat nevoilor zilnice. Susținută de mărci proprii puternice, de parteneriate solide cu producătorii români și de o politică de preț consecventă, oferta Lidl le dă clienților posibilitatea de a găsi tot ce au nevoie la raft, la cel mai bun raport calitate-preț.

În același timp, retailerul completează oferta permanentă cu promoții săptămânale, săptămâni tematice și beneficii suplimentare disponibile prin aplicația Lidl Plus, consolidând



promisiunea „Știi că merită.”, prin care Lidl România își propune să aducă valoare reală în viața românilor prin produse de cea mai bună calitate, la prețuri accesibile în fiecare zi, precum și printr-o experiență simplă și modernă de cumpărături, care pune pe primul loc oamenii.

**Afirmatie Lidl Discount SRL bazată pe o cercetare realizată de NielsenIQ în perioada 8 ianuarie – 10 februarie 2026, N = 1.650, eșantion reprezentativ pentru populația urbană din România, cu prezență a comerțului modern, cu vârste între 18 și 65 de ani, 61% femei și 39% bărbați. Au fost intervievate persoane responsabile de luarea deciziilor privind achiziționarea de produse alimentare și pentru gospodărie. Marja de eroare = $\pm 2,41\%$ (la un nivel de încredere de 95%). **Din cei 1.650 de respondenți, 40% au menționat că Lidl oferă cele mai mici prețuri pentru alimente, băuturi, produse de îngrijire personală și a locuinței. Aceasta este cea mai puternică asocierie în rândul retailerilor din categoria supermarketuri și hipermarketuri, comparativ cu 22% pentru retailerul clasat pe locul al doilea și 11% pentru retailerul clasat pe locul al treilea.*

Despre Lidl

Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentar din Germania și Europa. Lidl operează în prezent în jur de 12.900 de magazine și peste 230 de centre logistice în 31 de țări.

La Lidl, punem preț pe un raport optim calitate-preț pentru clienții noștri. Simplitatea și orientarea către procese definesc activitățile zilnice din magazine, din centrele logistice regionale și din sediul central.

În activitatea sa de zi cu zi, Lidl își asumă responsabilitatea față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea înseamnă respectarea promisiunii de calitate, din nou, în fiecare zi.

În prezent, Lidl are peste 395.000 de angajați, dintre care peste 14.000 în România, unde retailer-ul german are deschise peste 400 de magazine și 6 centre logistice.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

www.surprise.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube Lidl Romania](#)

[TikTok @LidlRomania](#)

[LinkedIn@LidlRomania](#)
